

УДК 81'27

**ЛІНГВІСТИЧНА ПЕРСПЕКТИВА ПОЗИТИВНОГО ІМІДЖУ
СИЛОВИХ СТРУКТУР****Лисичкіна І. О.***Національна академія Національної гвардії України, м. Харків
ilysyckhina@gmail.com*

У статті висвітлено лінгвокомунікативний механізм підтримання позитивного іміджу американських силових структур на матеріалі публікацій про ЦРУ на офіційному сайті цієї агенції та в мас-медіа США. Встановлено інвентар макростратегій і пов'язаних із ними стратегій і тактик, спрямованих на репарацію і посилення позитивного корпоративного іміджу.

Ключові слова: *імідж силової структури, корпоративний імідж, підтримання позитивного іміджу, репараційні стратегії, тактики, макростратегії, актуальні топоси, імплікатури.*

В статье освещается лингвокоммуникативный механизм поддержания положительного имиджа американских силовых структур на материале публикаций о ЦРУ на официальном сайте этого агентства и в масс-медиа США. Установлен инвентарь макростратегий и связанных с ними стратегий и тактик, направленных на репарацию и усиление положительного корпоративного имиджа.

Ключевые слова: *имидж силовой структуры, корпоративный имидж, поддержание положительного имиджа, репарационные стратегии, тактики, макростратегии, актуальные топосы, импликатуры.*

This article highlights the lingual and communicative mechanism to maintain the positive image of the U.S. force agencies based on publications about C.I.A. on the official website of this agency and in mass media of the USA. The inventory of macrostrategies has been defined along with the associated strategies and tactics aimed at reparation and reinforcement of the positive corporate image.

Keywords: *image of the force agency, corporate image, maintenance of the positive image, reparation strategies, tactics, macrostrategies, timely toposes, implicatures.*

Проблема іміджу силових структур є наразі актуальною, оскільки він відіграє важливу суспільну роль, значною мірою зумовлює поведінку громадян стосовно цих структур та їх співробітників. Процеси оптимізації та підвищення ефективності формування іміджу силових структур не можливі без системного підходу до феномену іміджу. Імідж конструється у процесі комунікації, однак лінгвістичні розвідки у царині формування іміджу не є численними (О. С. Іссерс [2], А. В. Олянич [5], Є. В. Фролова [7], О. В. Булгакова [1], І. О. Сушненкова [6]), а імідж силових структур у ракурсі філології розглядався лише з позицій журналістики (С. І. Окс [4]).

Актуальність цього дослідження зумовлена відповідністю запропонованого підходу сучасній інтегральній парадигмі [8; 9], необхідністю визначення лінгвістичного аспекту формування іміджу організацій та дискурсних характеристик позитивного іміджу для вирішення проблем ефективних стратегічних комунікацій та важливістю з'ясування особливостей іміджевого дискурсу для подальших розвідок з іміджелогії, теорії комунікації та дискурсології.

Мета цього дослідження полягає в окресленні стратегій підтримання позитивного іміджу американських силових структур і вербальних засобів їх маніфестації. Оскільки під силовими структурами у цій роботі розуміється сукупність органів влади, основним завданням яких визначено забезпечення зовнішньої і/або внутрішньої безпеки держави, у тому числі оборона та правоохоронна діяльність, матеріалом дослідження було обрано публікації про центральне розвідувальне управління (ЦРУ) в сучасних мас-медіа США та на офіційному сайті цієї структури (www.cia.gov).

Іміджем є цілісний, якісно визначений [5, с. 107] емоційно забарвлений [3] образ певного об'єкта, стійко існуючий і відтворюваний у масовій і/або індивідуальній свідомості [5, с. 107]. Імідж силової структури є соціально-орієнтованим відбитком образу [5, с. 14] цієї організації, оскільки він виникає та коректується як результат сприймання інформації, яка надходить із зовнішнього середовища про цю силову структуру через сітку діючих стереотипів [5, с. 107], а його найважливішою характеристикою визначено соціальну зумовленість.

Значний потенціал у формуванні іміджу силової структури властивий мас-медіа дискурсу, оскільки через відсутність можливості безпосередньо ознайомитися з діяльністю силових структур та отримати інформацію з більш авторитетних інформаційних каналів пересічний громадянин в основному покладається на засоби масової інформації (ЗМІ). На відміну від іміджевого дискурсу як соціальної практики цілеспрямованого формування іміджу певного об'єкта, мас-медіа дискурс не фокусується на позитивному іміджі, а отже створення іміджу, посилення або дискредитація існуючого іміджу не є основною експліцитно вираженою метою.

Корпоративний імідж силової структури є інтеграцією трьох компонентів: 1) зовнішнього іміджу цієї структури, 2) індивідуалізованого іміджу репрезентанта цієї структури та 3) внутрішньо-системного іміджу цієї структури. Формування кожного із цих компонентів іміджу передбачає використання набору комунікативних стратегій і тактик.

Системний підхід до окреслення таксономії комунікативних стратегій формування іміджу силової структури дозволяє диференціювати їх за рівнями узагальнення – від вищого до нижчих. Так, таксонами найвищого рівня узагальнення постають типи комунікативних стратегій: 1) іміджеформувальні та іміджепідсилювальні, 2) репараційні, 3) дискредитаційні. Ці типи стратегій,

у свою чергу, передбачають ієрархію часткових стратегій та підсилюються допоміжними стратегіями, тактиками й прийомами, які сприяють здійсненню оптимального впливу на адресата (рис. 1).



Рис. 1. Основні комунікативні стратегії моделювання іміджу силової структури

Зауважимо, що коло визначених нами стратегій не можна вважати вичерпним. Кожна з виокремлених стратегій може мати як експліцитну, так й імпліцитну реалізацію, причому імпліцитна реалізація притаманна іміджеформувальним й іміджепідсилювальним стратегіям, а дискредитаційні стратегії частіше мають експліцитне вираження.

Як зазначалося вище, для цього дослідження було обрано імідж ЦРУ, який наразі є позитивним в американському суспільстві. Стратегія позитивної самопрезентації цієї силової структури, зокрема на офіційному сайті, реалізується за допомогою семантичної категорії "своє коло" ("свої" і "чужі") з паралельною дискримінацією "чужих" (we vs. others), включаючи силові структури: *We are the nation's first line of defense. We accomplish what others cannot accomplish and go where others cannot go* (2). Макростратегія власної унікальності реалізується за допомогою стратегії апеляції до цінностей будь-якої силової структури (*Service*), нації (*Integrity, Quiet Patriotism*) та суспільства (*Excellence, The Truth*), наприклад: *We put Country first and Agency before self. Quiet patriotism is our hallmark. We seek and speak the truth. We hold ourselves – and each other – to the highest standards* (2). Підкресленню власної значущості сприяє експлуатація актуальних топосів, наприклад боротьби з тероризмом (*CIA & The War on Terrorism*).

Індивідуалізований імідж репрезентанта силової структури має велике значення у світлі антропоцентричності усіх соціальних процесів сьогодення.

Найпоширенішими стратегіями представлення співробітника ЦРУ є макростратегії відданості нації, конгруентності цінностям структури і народу та незаплямованості репутації. У посланні виконавчого директора ЦРУ Майкла Морелла вербалізована тактика підкреслення внеску співробітників у роботу організації: *No matter who is at the helm of this Agency, however, it is always you – the remarkable officers of the Central Intelligence Agency – who make this organization the unique, respected, and capable institution it is, one that has well and faithfully served the American people for more than six decades* (6).

Реалізація макростратегій прозорості та легітимації діяльності силової структури вимагає особливого представлення негативної інформації, або таких фактів, які можуть зашкодити позитивному іміджу цієї організації. Оскільки репараційна стратегія легітимації дій містить два компоненти, а саме: 1) недопущення неправомірних дій, відповідність діяльності організації закону та 2) часткову виправданість порушення закону обставинами заради вічних цінностей, вербалізуються топоси апеляції до закону та звернення до вищих цінностей. Так, у повідомленні про кримінальну справу проти одного із співробітників ЦРУ стратегія легітимації реалізується, перш за все, тактикою дистанціювання винного від структури шляхом неодноразового наголошення, що це колишній офіцер ЦРУ (*Former Officer Convicted in Leak Case* (3); *former Agency officer John Kiriakou pled guilty...* (3)). Апеляція до закону і цінностей нації (*This case yielded the first IPA successful prosecution in 27 years, and it marks an important victory for our Agency, for our Intelligence Community, and for our country* (3)) та підкреслення виключності цього випадку (*...the first IPA successful prosecution...*) маніфестують тактику мітігації.

Матеріал дослідження дозволяє простежити використання стратегій підтримання позитивного іміджу силової структури, ускладнене на тлі повідомлення негативної інформації та дискредитації керівника цієї силової структури. Так, 10 листопада 2012 року директор ЦРУ Девід Петреус був змушений піти у відставку після скандалу.

Імплікатурою звернення Девіда Петреуса на офіційному сайті ЦРУ (6) було "я йду у відставку, тому що у мене був роман". Репараційна стратегія збереження обличчя реалізується за допомогою тактики каяття (*I showed extremely poor judgment by engaging in an extramarital affair. Such behavior is unacceptable, both as a husband and as the leader of an organization such as ours* (7)), тактики мітігації (*After being married for over 37 years ...*) та агентивності дій (*I went to the White House and asked the President to be allowed, for personal reasons, to resign from my position as D/CIA*). Тактика переміщення фокусу повідомлення маніфестується низкою фраз на кшталт *I will always treasure my opportunity to have done that with you and I will always regret the circumstances that brought that work with you to an end*. Звернення виконуючого обов'язки директора ЦРУ з приводу відставки Девіда Петреуса та свого призначення (6) реалізує макростратегію відданості своїй справі і народові США (*... thanking*

Director Petraeus for his dedicated service to our Agency and our country. /.../ Our top priority now is what it always has been – to stay focused on mission and on all the important work we do to keep our country safe (6)), причому експлуатується універсальний топос безпеки держави (to keep our country safe).

Тональність публікацій з приводу відставки генерала Петреуса в авторитетних ЗМІ США відрізняється від повідомлень на офіційному сайті ЦРУ. Імплікатура повідомлень – "у ході розслідування ФБР справи переслідування і погроз було встановлено, що директор ЦРУ мав позашлюбний зв'язок, який, можливо, призвів до витоку секретної інформації, а отже міг становити загрозу безпеці країни". Унікальність ЦРУ як силової структури маніфестується і в цьому контексті: *Under military regulations, adultery can be a crime. At the C.I.A., it can be a security issue, since it can make an intelligence officer vulnerable to blackmail, but it is not a crime (4).*

У досліджуваних статтях вербалізується стратегія конфлікту між двома силовими структурами, а саме ФБР та ЦРУ (*F.B.I. agents had uncovered what appeared to be an extramarital affair involving the director of the Central Intelligence Agency, David H. Petraeus, government officials said Sunday (4)).* Нагнітання конфлікту реалізується тактикою об'єктивності викладу інформації з наведенням прямої мови авторитетних осіб (*"Some have said the F.B.I. was out to get the C.I.A.," said Mr. Fine, who is now a partner at the law firm Dechert LLP in Washington.*) та історичних екскурсів (*Glenn A. Fine, the inspector general for the Justice Department from 2000 to 2011, said it appeared that the F.B.I. was "legitimately following a lead" about possible criminal wrongdoing or a security breach.*). Неупередженість автора підкреслюється маркерами невизначеності на кшталт *it remains unclear, it also remains uncertain* тощо. Використання тактики посилення на анонімні джерела інформації (*high-level officials, some members of Congress, law enforcement officials, etc.*) дозволяє досягти необхідного рівня достовірності й зберегти характер секретності повідомлюваної інформації.

Таким чином, підтримання позитивного іміджу американських силових структур здійснюється шляхом використання, по-перше, низки макростратегій, а саме: унікальності силової структури, відданості справі, нації та народові, конгруентності цінностям структури і народу, незаплямованості репутації, прозорості та легітимації діяльності силової структури, по-друге, вербалізацією комунікативних стратегій позитивної самопрезентації, репараційних стратегій легітимації дій та збереження обличчя, та, по-третє, експлуатацією актуальних топосів на кшталт боротьби з тероризмом, верховенства закону, апеляції до вищих цінностей.

Перспективу подальших розвідок в обраному напрямі вбачаємо у з'ясуванні лінгвальних та прагматичних засобів формування, посилення і репарації позитивного іміджу силових структур США й України у зіставному аспекті, що дозволить окреслити універсальні та соціально і культурно зумовлені стратегії формування позитивного іміджу організації.

Література

1. Булгакова О.В. Лингвистическое моделирование имиджа в экономическом издании: на материале приложения "Бизнес" к газете "Красное знамя" : автореф. дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.01 "Русский язык" / О.В. Булгакова. – Томск, 2009. – 21 с.
2. Иссерс О.С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи / О.С. Иссерс. – Изд. 5-е. – М. : Издательство ЛКИ, 2008. – 288 с.
3. Калюжный А.А. Социально-психологические основы имиджа учителя : автореф. дисс. ... доктора псих. наук : спец. 19.00.05 "Социальная психология" / А. А. Калюжный. – Ярославль, 2006. – 51 с.
4. Окс С.И. Технологии формирования имиджа силовых структур / С.И. Окс // Вестник ВГУ. Серия : Филология. Журналистика. – 2010. – №2. – С. 190–197.
5. Олянич А.В. Презентационная теория дискурса : [монография] / А.В. Олянич. – М. : Гнозис, 2007. – 407 с.
6. Сушненкова И.А. Лингвокогнитивное исследование регионального имиджа : дисс. ... канд. филол. наук : спец. 10.02.19 "Теория языка" / Сушненкова Ирина Александровна. – Омск, 2011. – 272 с.
7. Фролова Е.В. Коммуникативные стратегии формирования имиджа регионального лидера в электронных СМИ : автореф. дисс. на соискание уч. степени канд. филол. наук : спец. 10.02.01. "Русский язык" / Е.В. Фролова. – Омск, 2007 – 21 с.
8. Хомутова Т.Н. Научные парадигмы в лингвистике / Т.Н. Хомутова // Вестник Челябинского государственного университета. – 2009. – № 35 (173). – Вып. 37. – С. 142–151.
9. Wilber K. Introduction to Integral Theory and Practice: IOS Basis and the AQAL Map / K. Wilber // AQAL Journal of Integral Theory and Practice. – Spring 2006. – Vol.1, No. 1. – P. 1–38.

Джерела ілюстративного матеріалу

1. Фігурант секс-скандалу у військових округах США розповів про викриття колишнього глави ЦРУ. 16 листопада 2012 р. [Електронний ресурс] // Корреспондент.net. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/world/1423270-figurant-seks-skandalu-u-vijskovich-okrugah-ssha-rozpoviv-pro-vikrittya-kolishnogo-glavi-cru>.
2. Central Intelligence Agency : Official Site. – Режим доступу: <https://www.cia.gov>.
3. Message from the Director: Former Officer Convicted in Leak Case. October 23, 2012 [Електронний ресурс] // C.I.A. Official Site. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/news-information/press-releases-statements/2012-press-releases-statements/statement--former-officer-convicted.html>
4. Soldier's Defense Questions Lone Gunman Claim // The New York Times. – November 11, 2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nytimes.com/2012/11/12/us/us-officials-say-petraeus-affair-known-in-summer.html?ref=us>.
5. Statement to Employees by Director of the Central Intelligence Agency David H. Petraeus on 9/11. September 11, 2012 [Електронний ресурс] // C.I.A. Official Site. – Режим доступу: <https://www.cia.gov/news-information/press-releases-statements/2012-press-releases-statements/message-from-the-director-9-11.html>.
6. Statement to Employees from Acting Director Michel Morell. November 9, 2012 [Електронний ресурс] // C.I.A. Official Site. – Режим доступу : <https://www.cia.gov/news-information/press-releases-statements/2012-press-releases-statements/message-from-acting-director-morell.html>
7. Statement to Employees from General David H. Petraeus (US Army Retired). November 9, 2012 [Електронний ресурс] // C.I.A. Official Site. – Режим доступу : <https://www.cia.gov/news-information/press-releases-statements/2012-press-releases-statements/statement-to-employees-from-petraeus.html>